La lettre du **SNEP** et du GIEEPA

n° 55 - février 2009

CONJONCTURE ET INDICATEURS DU MARCHE DE LA MUSIQUE

MARCHE FRANÇAIS ANNEE 2008

EDITO

Le Midem 2009 a montré un secteur à la fois en crise profonde avec moins de monde et moins d'effervescence mais dans le même temps qui donne des signes d'inventivité pour redéfinir les règles du marché de la musique. Ni optimisme ni pessimisme, simplement un certain sens des réalités.

C'est bien ce qui se passe en effet autour du projet de loi « Création et Internet ». Ce texte n'est pas là pour tout régler d'un coup de baguette magique et reconstituer le marché du disque des années quatre-vingt dix comme tentent de le faire croire des esprits un peu systématiques qui refusent de voir les évolutions en cours au sein de nos métiers.

La future loi, on l'a dit assez, fixe un cadre, une règle, des limites, bref un mode d'emploi. Rien de plus mais c'est essentiel, c'est fondamental pour que l'économie de la création et de la diffusion culturelle en général, musicale en particulier, puisse exister non pas à côté ou contre les technologies numériques mais avec.

Un nouveau marché se met en place. La suppression des mesures techniques pour les téléchargements à l'acte est ainsi une étape après la mise en place d'une palette d'offres légales très large. Les modes d'accès à la musique, les tarifs proposés ne vont pas cesser, faisons en le pari, d'évoluer, de se diversifier et de permettre aux internautes de disposer d'offres de plus en plus « sur mesure ».

La progression meilleure en 2008 que les années précédentes du chiffre d'affaires de la musique numérique, liée à l'apparition notamment des formules d'abonnements, transcrit cette évolution.

Alors, même si les chiffres 2008 rendus publics au Midem ne sont pas réjouissants et que la crise actuelle rend le proche avenir sombre, force est de constater que sur la Croisette, on a relevé cette année moins de plaintes et un peu plus d'espoirs.

Hervé Rony
Directeur général

LES CHIFFRES CLES DE L'ANNEE 2008

◆ Le marché de gros HT (ventes éditeurs physiques et numériques)

Chiffres d'affaires gros éditeurs net : 603.3 millions d'euros (- 15%)

Dont ↘ **ventes physiques :** 530 millions d'euros (-19,9%)
↗ **ventes Internet et téléphonie mobile :** 76,3 millions d'euros (+49%)

➔ Le marché physique représente 530 millions d'euros (87.5 % du marché)
➔ Le marché numérique représente 76,3 millions d'euros (12.5 % du marché)

Au cours de ces 6 dernières années, le marché physique a perdu 60 % de sa valeur soit 772 millions d'euros (530 millions en 2008 vs 1 302 millions en 2002).
Cette perte de chiffre d'affaires n'a été que très partiellement compensée par l'apparition des revenus numériques (76.3 millions d'euros en 2008 vs 9 millions d'euros en 2004).

● Une baisse accélérée du marché physique : 530 millions d'euros (-19.9 %)

- ➔ **Chute de l'ensemble des ventes de supports** : -46.6 % pour les singles, -16 % pour les albums et - 46.6 % pour les DVD musicaux.
- ➔ **Chute de l'ensemble des répertoires** : -24 % pour le classique, -21 % pour la variété francophone et -16 % pour la variété internationale.
- ➔ **Le répertoire francophone représente aujourd'hui 63 % des ventes de disques de variété (**62 % en 2007).

● Une hausse significative du marché numérique : 76.3 millions d'euros (+ 49 %)

Les revenus numériques ont représenté 76.3 millions d'euros et se répartissent entre :

- ➔ **revenus du téléchargement internet (hors abonnements)** 24 millions d'euros (32%)
- ➔ **revenus de la téléphonie mobile (hors abonnements)** 35 millions d'euros (46 %)
- ➔ **revenus du streaming et des abonnements** 17.3 millions d'euros (22 %)

En réintégrant les revenus du streaming et des abonnements, l'ensemble du marché se répartit entre la téléphonie mobile à hauteur de 58 % (dont 12 % pour les abonnements) et le téléchargement internet à hauteur de 42 % (dont 10 % pour les revenus du streaming et des abonnements).

◆ Le marché de détail

sorties caisses magasins TTC + téléchargement internet (hors mobile)

Le marché de détail TTC représente 982.7 millions d'euros en baisse de 15 % par rapport à 2007. Il se répartit entre :

➔ **Ventes de supports** : 940.6 millions d'euros (-16.5 %)
➔ **Téléchargement internet** : 42.1 millions d'euros (+44.3 %)

En 2008 :

- **4 % des albums vendus sont téléchargés** (2.4 % en 2007 et 2% en 2006)
- **78 % des titres vendus sont téléchargés** (59 % en 2007 et 40% en 2006)

♦ Meilleures ventes (source Ifop)

Ventes en magasins :

- **Single : En Enrique Iglesias & Nadiya** « Tired of being sorry » (Polydor/Universal Music France) (13ème en téléchargement)
- **Album** : **Francis Cabrel** « Des roses et des orties » (Columbia/Sony Music Entertainment) (3ème en téléchargement)

Meilleur téléchargement :

- **Titre : Grégoire « Toi Moi»** (My Major Company/Warner Music) - (non classé dans les magasins)
- **Album : Coldplay« Viva la Vida or death and all his friends »** (Capitol Music/EMI) (5ème dans les magasins)

- Part des titres francophones dans le TOP 10 albums : 50 % (contre 80 % en 2007)

♦ Chiffre clés de la radio en 2008

- **Baisse de la part des titres francophones au sein des diffusions** : 34.1 % contre 34.6 % en 2007 et 38% en 2004.
- **Forte baisse des titres francophones et des nouveaux talents francophones au sein des 100 meilleures diffusions radios** : 38 titres (dont 27 nouveaux talents) en 2008 contre 42 titres (dont 31 nouveaux talents) en 2007.
- **Forte baisse de la part de diffusion consacrée aux nouveautés** (titre de moins de 12 mois) : 41.8 % en 2008 contre 48.5 % en 2007.
- **Le top 40 représente plus de la moitié des diffusions pour 14 des 36 radios du panel.**

♦ Les tableaux de bord de la production en 2008 (Majors)

- **Le nombre d'albums commercialisés chute de 16 % :** 1 035 albums commercialisés en 2008 contre 1231 en 2007 et 1 245 en 2006.
- **Le nombre de singles commercialisés chute de 46 %** dont - 43 % pour les singles francophones et -49 % pour les singles internationaux.
- **Les nouvelles signatures d'artistes baissent de 30 %** : 69 nouveaux contrats en 2008 contre 99 nouveaux contrats en 2007 contre 122 en 2006. Le solde global (contrats « rendus » versus nouveaux contrats) est négatif pour la première fois depuis 2002 : 69 nouveaux contrats pour 84 contrats rendus soit un déficit de 15 nouveaux artistes
- **Les investissements marketing progressent de 27 % par rapport à 2007 :** 88.3 millions d'euros en 2008 contre 69.7 M€ en 2007, 129.6 M€ en 2006 et 127 M€ en 2005. Mais ce montant reste inférieur de 46 % à celui constaté avant la crise en 2002.

♦ Export 2007 : des certifications en forte baisse

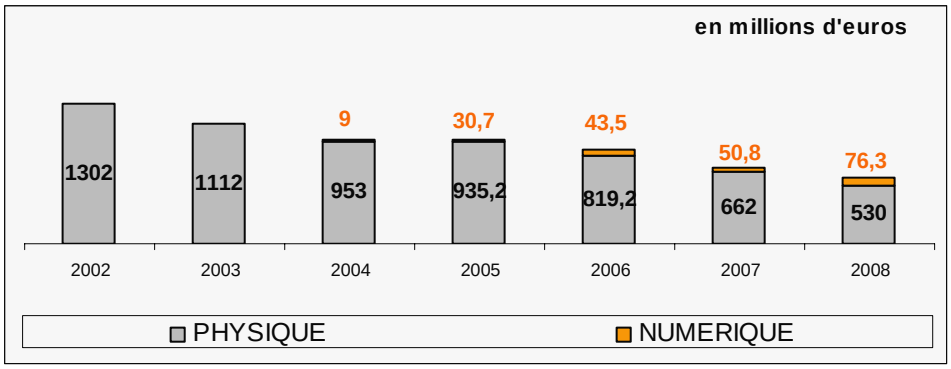
- -65 % pour le nombre de certifications singles et -19 % pour les certifications albums.

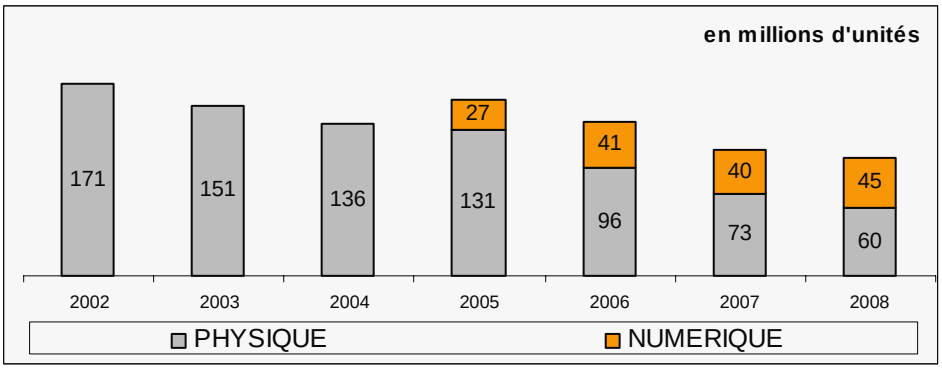
LE MARCHE DE GROS
DE LA MUSIQUE ENREGISTREE EN 2008

Ventes éditeurs de CD/DVD musicaux (nettes de remises) et revenus numériques

En 2008, le marché de gros de la musique enregistrée a représenté 606.3 millions d'euros, contre 712.9 millions d'euros en 2007 soit une baisse de 15 % par rapport à 2007.

- **le marché physique à 530 millions d'euros est en baisse de 19.9 %** soit une perte de chiffre d'affaires de 132 millions d'euros. (60 millions d'unités vendues en baisse de 18.3%).
- **le marché numérique à 76.3 millions d'euros est en hausse de 49 %** soit un gain de chiffre d'affaires de 25.5 millions d'euros. (44.5 millions d'unités vendues en hausse de 11 %).





Au cours de ces 6 dernières années, le marché physique a perdu 60 % de sa valeur soit 772 millions d'euros (530 millions en 2008 vs 1 302 millions en 2002). Cette perte de chiffre d'affaires n'a été que très partiellement compensée par l'apparition des revenus numériques (76.3 millions d'euros en 2008 vs 9 millions d'euros en 2004).

Millions d'euros	Evolution marché physique	Evolution marché numérique	Evolution totale
2003/2002	-190	-	-190
2004/2003	-159	+9	-150
2005/2004	-18	+21	+3
2006/2005	-116	+13	-103
2007/2006	-157	+7	-150
2008/2007	-132	+26	-106
Evolution cumulée	-772	+76	-696

En 2008, les ventes numériques représentent 12.6 % du chiffre d'affaires des éditeurs phonographiques (contre 6% en 2006, 3% en 2005 et 1% en 2004), marquées par des mouvements contraires de baisse des ventes de sonneries (-27 %), de progression des ventes d'albums en ligne (+36 %) et de titres sur mobile (+88 %).

◆ LES VENTES EDITEURS DE CD/DVD MUSICAUX EN 2008

(nettes de remises et retours)

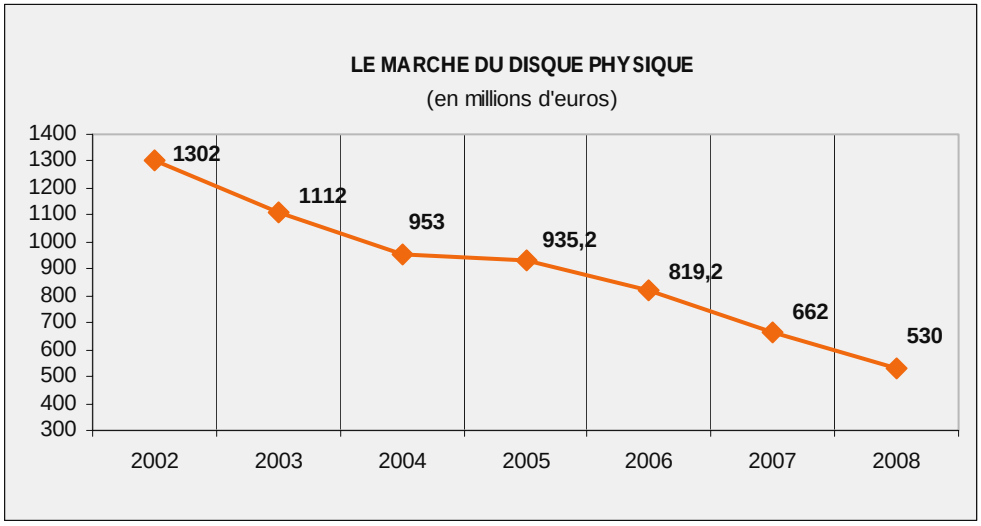
530 millions d'euros (-19.9%) et 60 millions d'unités (-18.3%)

En 2008, les ventes éditeurs de CD/DVD musicaux ont représenté 530 millions d'euros en baisse de 19.9 % par rapport à 2007 pour un nombre d'unités vendues de 60 millions contre 73.4 en 2007 soit une baisse en volume de 18.3%.

LES VENTES DE DISQUES EN FRANCE EN 2008 (ventes gros H.T. nettes de remises)			
	ANNEE 2007	ANNEE 2008	EVOLUTION EN POURCENTAGE
CHIFFRE D'AFFAIRES (en millions d'euros)	662	530	-19.9%
dont :			
SINGLES	**19,5**	**10.4**	**- 46.6%**
ALBUMS	**576,9**	**484.4**	**- 16%**
VIDEO	**65**	**34.7**	**- 46.6%**
UNITES VENDUES (en millions)	73,4	60	-18.3%
dont :			
SINGLES	**7,7**	**4.4**	**- 42%**
ALBUMS	**60,9**	**52.4**	**- 14%**
VIDEO	**4,7**	**3.1**	**- 34.3%**
VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REPERTOIRE			
CLASSIQUE	**9,3%**	**8.8%**	**- 0.5 point**
VARIETE NATIONALE	**58,3%**	**57.4%**	**- 0.9 point**
VARIETE INTERNATIONALE	**32,3%**	**33.7%**	**+1.4 point**
Dont JAZZ (le jazz est inclus à la fois dans la variété nationale et la variété internationale)	*[3,2%]*	*[2.7%]*	*[- 0.5 point]*

Le marché du disque physique enregistre donc une nouvelle baisse pour la sixième année consécutive et la plus forte : -19.9% contre -19.2% en 2007, -12.4 % en 2006, -3% en 2005 et -13.6% en 2004 et 2003.

Entre 2002, début de la crise, et 2008, le marché du disque physique sera ainsi passé de 1 302 millions d'euros à 530 millions soit une chute de 60 % en six ans et une perte cumulée de 772 millions d'euros

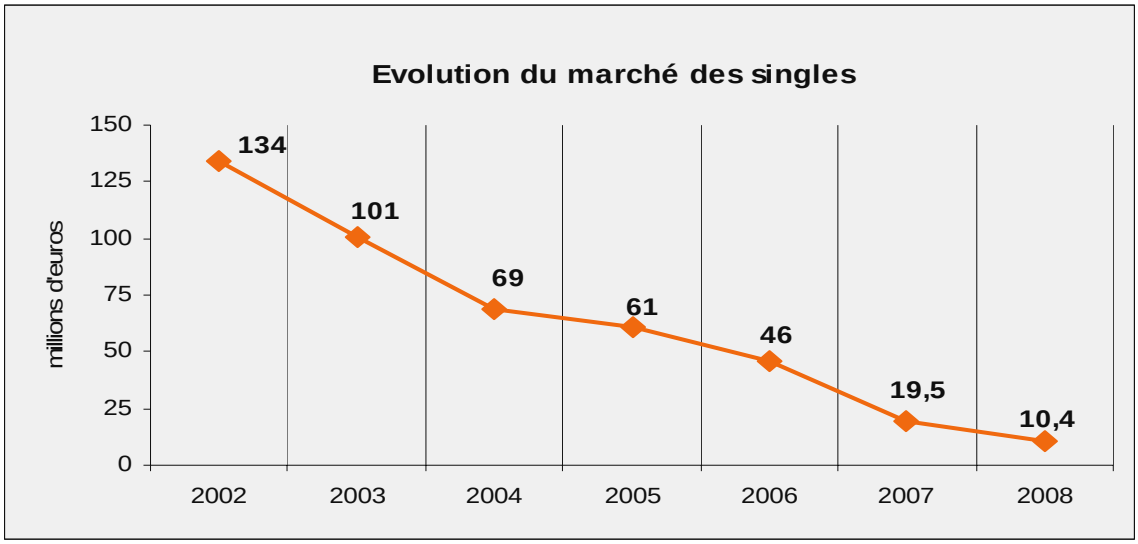


◆ Le marché audio chute de 17 % dont -47 % pour les singles et -16 % pour les albums

• le marché des singles est en baisse de 47 %

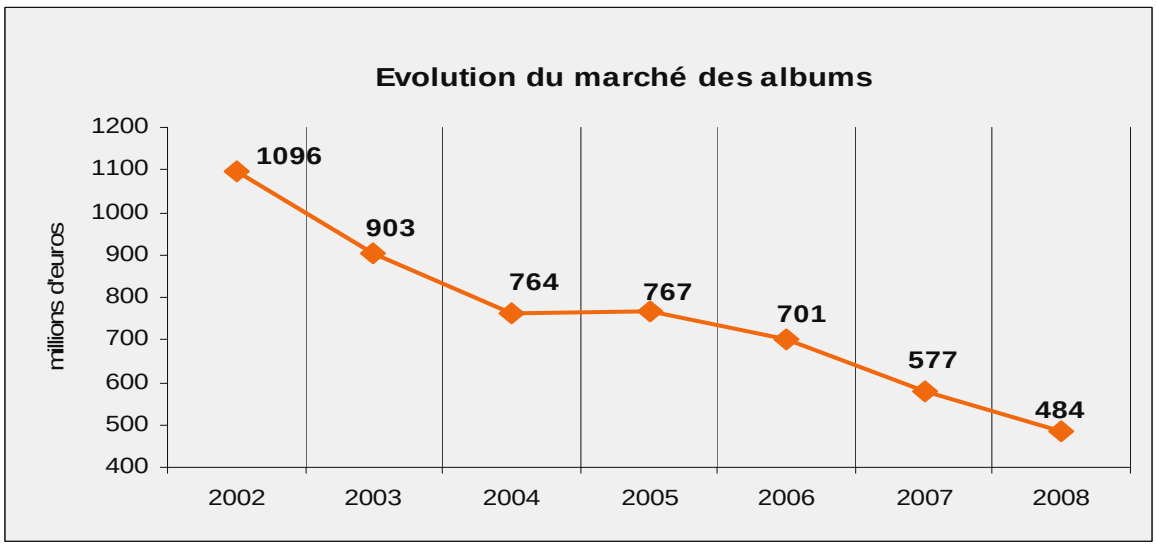
En 2008, le marché des singles a représenté 10.4 millions d'euros contre 19.5 millions en 2007.
A six années d'intervalle, la perte cumulée de chiffre d'affaires représente 123.6 millions d'euros.

Le marché des singles a été divisé par 13 passant de 134 millions d'euros en 2002 à 10.4 millions d'euros en 2008.



• Le marché des albums est en baisse de 16 %

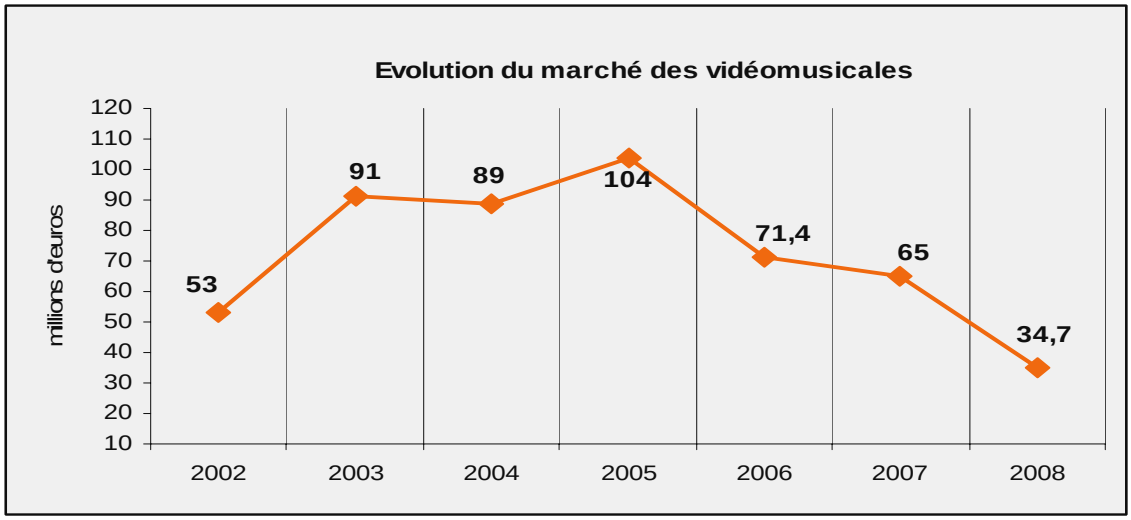
En 2008, le marché des albums a représenté 484.4 millions d'euros contre 577 millions en 2007.
En 6 ans, le marché des albums a perdu 56 % de sa valeur soit 612 millions d'euros.



En valeur, on observera que la baisse du chiffre d'affaires des ventes d'albums est presqu'aussi forte en 2008 (-16 %) qu'en 2007 (-17.7%). En revanche, en unités vendues, la baisse est moins forte (-14 %) qu'en 2007 (-17%), ce qui témoigne d'un effet prix à la baisse.

◆ Le marché des vidéomusicales baisse de 46.6 %

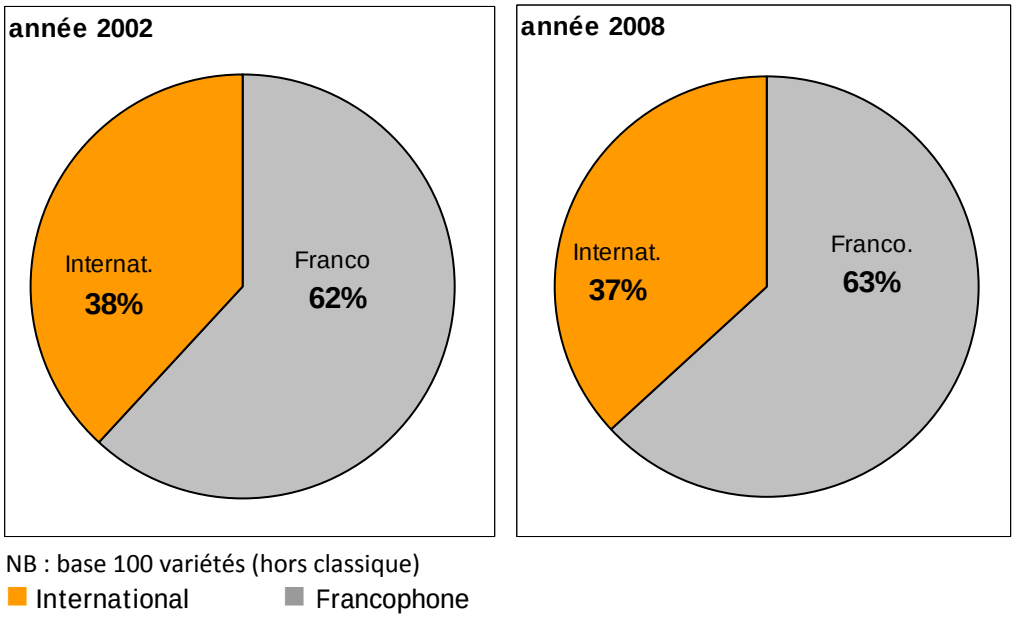
Le marché des vidéomusicales, qui avait chuté sévèrement en 2006 puis connu en 2007 une fragile stabilité, baisse encore fortement cette année (-46.6 %) pour s'établir à près de 35 millions d'euros. Depuis le début de la dégradation du marché des DVD musicaux en 2005, ce dernier aura perdu les deux tiers de sa valeur en seulement 3 ans.



◆ Répertoires : La baisse du marché 2008 (- 19.9 %) est ventilée entre le répertoire classique -24.4 %, le répertoire francophone -21.1 % et le répertoire international -16.5 %

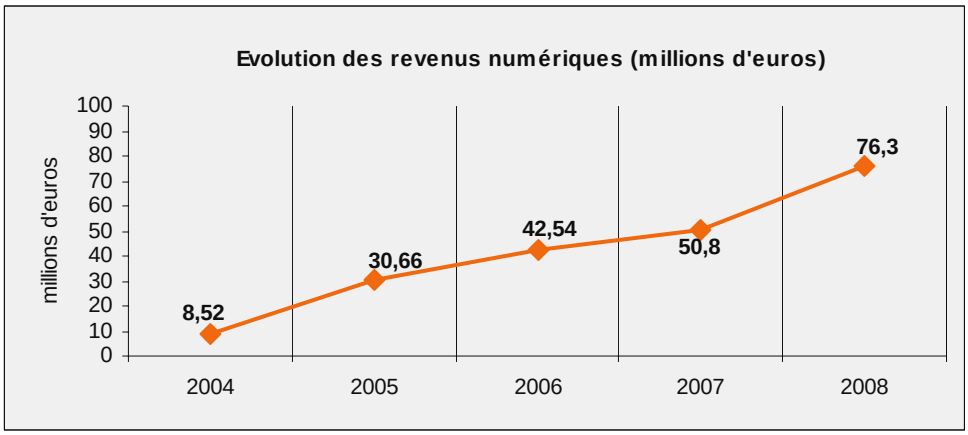
	Evolution 08/07 en millions d'€	Evolution 08/07 en %	Part de marché 2005	Part de marché 2006	Part de marché 2007	**Part de marché 2008**
Répertoire classique	*- 15.1 M€*	*-24.4%*	*6.5 %*	*8.4%*	*9.3%*	***8.8%***
Répertoire francophone	*-81.5 M€*	*-21.1 %*	*61%*	*61%*	*58.3%*	***57.4%***
Répertoire international	*-35.4 M€*	*-16.5 %*	*32.5%*	*30.6%*	*32.3%*	***33.7%***

Le répertoire francophone continue de dominer très largement les ventes de variétés, dans une part sensiblement identique à celle de 2002.



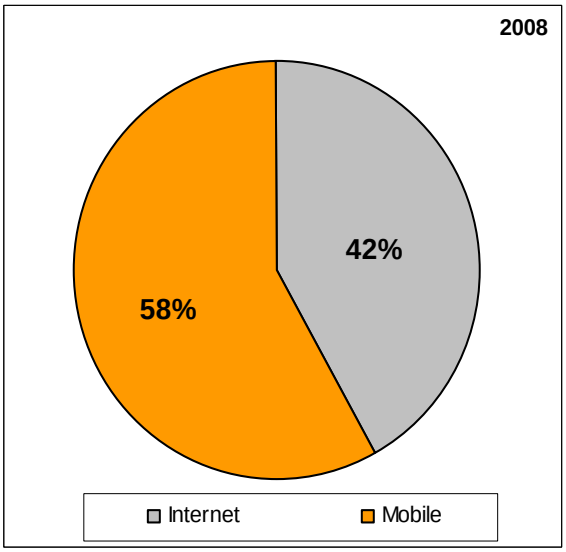
◆ Les ventes numériques des éditeurs phonographiques
76.3 millions d'euros (+49 %) et 44.6 millions d'unités (+11 %)

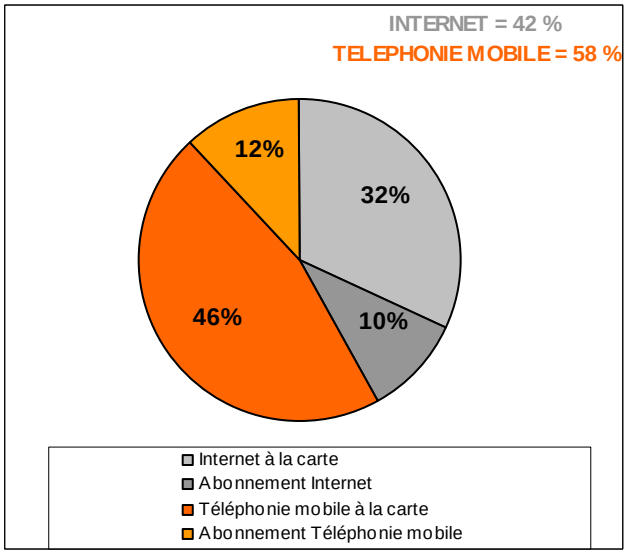
En 2008, les revenus numériques des éditeurs phonographiques ont représenté 76.3 millions d'euros, contre 50.8 millions en 2007, 43.5 millions en 2006, en progression de 49 % par rapport à 2007.



Au sein du chiffre d'affaires numérique, la part de l'internet en 2008 est de 42 % soit 31.7 millions d'euros, celle de la téléphonie mobile est de 58 % soit 44.6 millions d'euros.

Millions d'Euros	2006	2007	**2008**	*en %*	**Evol 08/07**
Revenus internet	17.13	21	**31.7**	*42%*	+50%
Revenus mobile	26.41	29.8	**44.6**	*58%*	+49%
Total Revenus Numériques	43.54	50.8	**76.3**	*100%*	+49%





- **les revenus de l'internet**, **31.7 millions d'euros et 42 % des revenus numériques**, se décomposent en :
  - internet à la carte : 23.9 millions d'euros (+20 %)
  - Streaming et abonnement : 7.8 millions d'euros (x par 3.8)
- **les revenus de la téléphonie mobile**, **44.6 millions d'euros et 58 % des revenus numériques**, se décomposent en **:**
  - mobile à la carte : 34.7 millions d'euros (+21 %)
  - abonnement mobile : 9.9 millions d'euros (x par 38)

En 2008, les revenus du streaming et des abonnements auront totalisé un revenu de 17.7 millions d'euros soit 22 % du total des revenus numériques.

LE MARCHE DE DETAIL
DE LA MUSIQUE ENREGISTREE EN 2008

Ventes en magasins TTC et téléchargement légal sur Internet hors mobile

-15 % en valeur dont :
-16.5 % pour les ventes en magasins
+44.3 % pour les ventes en téléchargement

En 2008, le marché de détail de la musique enregistrée a représenté 982.7 millions d'euros en baisse de 15 % par rapport à 2007.

Le marché de détail de la musique enregistrée en 2008 (valeur TTC)

En millions d'euros	**2006**	**2007**	**2008**	Evolution	Part de marché
•Ventes en magasins	1 287	1 127	940.6	-16.5 %	96 %
•Téléchargement internet	23	29	42.1	+44.3 %	4%
TOTAL	1 310	1 156	**982.7**	**-15 %**	**100 %**

En volume, ce sont 61.1 millions d'albums, 3.7 millions de DVD musicaux et 25.2 millions de singles/titres qui ont été vendus pour un total de 90 millions d'unités.

En millions d'unités	**2006**	**2007**	**2008**	Evolution
• **Nombre d'albums vendus**	70.6	67	**61.1**	**-8.8 %**
‣ En magasins	69.5	65.4	58.7	-10.2 %
‣ Sur les plateformes de téléchargement internet	1.1	1.6	2.4	+50 %
• **Nombre de singles/titres vendus**	28.8	22.6	**25.2**	**+11.5 %**
‣ En magasins	17.3	9.2	5.6	-39.1 %
‣ Sur les plateformes de téléchargement internet	11.5	13.4	19.6	+46.2 %

Le nombre d'albums vendus a donc chuté de 5.9 millions d'unités : la baisse des ventes d'albums en magasins (-6.7 millions d'unités) n'a pas été compensée par la hausse des ventes d'albums en téléchargement (+0.8 million d'unités).

Le nombre de singles vendus progresse de 2.6 millions d'unités dont -3.6 millions pour les singles vendus en magasins et +6.2 millions pour les titres téléchargés.

En 2008 :

- **4 % des albums vendus sont téléchargés** (2.4 % en 2007 et 2% en 2006)
- **78 % des titres vendus sont téléchargés** (59 % en 2007 et 40% en 2006)

◆ LES VENTES DE DISQUES ET VIDEOMUSIQUES EN MAGASINS
-16.5 % en valeur et -15.5 % en volume

Les données communiquées sont relevées par IFOP à partir d'un échantillon d'environ 3 000 points de vente, représentatifs à la fois de la structure et de l'exhaustivité des ventes de détail en France (hors clubs, hors e-commerce).

- **Evolution par support**

En 2008, les ventes de disques et de vidéomusicales en magasins ont représenté 940.6 millions d'euros en baisse de 16.5 % par rapport à 2007.
Cette baisse touche l'ensemble des supports : -37.7 % pour les singles, -13.5 % pour les albums et -36.2 % pour les vidéomusicales.

VENTES DETAIL TTC	2005	2006	2007	2008	Evolution 2008/2007
Chiffre d'affaires (millions d'euros)	1 459	1 287	1 127	**940.6**	-16.5%
Dont : Singles	101	71	38	23.4	-37.7%
Albums	1219	1 086	978	845.9	-13.5%
Videomusicales	139	130	112	71.3	-36.2%
Unités Vendues (millions d'unités)	115	92	80.5	**68**	-15.5%
Dont : Singles	25	17.3	9.2	5.6	-39.1%
Albums	83	69.5	65.4	58.7	-10.2%
Vidéomusicales	7	6	5.9	3.7	-36.6%

- **Evolution par canal de distribution**

La baisse du marché s'est plus fortement ressentie dans les grandes surfaces alimentaires (-31.1 %) que dans les grandes surfaces spécialisées (-6.3%).

	2005	2006	2007	2008	Evolution 2008/2007	Part de marché
Chiffre d'affaires magasins	1 459	1 287	1 127	940.6	-16.5%	100%
• dont GSA	677	567	465	320.1	-31.1%	34%
• dont GSS	782	720	662	620.5	-6.3%	66%

- **Evolution par genre musical**

Avec 29.5% de part de marché, la variété francophone reste le genre musical le plus vendu. Viennent ensuite la variété internationale (26%) et les compilations/best of (22.2%).

Genres	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Variété francophone	29,6%	33,8%	37,6%	35.4%	32.8%	33.1%	30.9%	29.5%
Variété internationale	17,5%	22,1%	25,9%	25.2%	25.7%	23.4%	24%	26%
Compilations	22,3%	25,5%	19,1%	17.6%	22.3%	22.8%	22.7%	22.2%
Classique	4%	3,5%	4,1%	4.7%	5%	5.8%	5.8%	6.5%
Jazz	2,8%	2,6%	3,2%	3.9%	2.8%	2.8%	3.4%	3.1%
Techno-jungle-house	3,7%	0,8%	0,4%	0.6%	0.3%	1.9%	3.5%	2.6%
Rap-hip hop	3,4%	0,9%	0,3%	0.3%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%
World-reggae	3,3%	2,3%	2,8%	3.2%	3.2%	3%	3.1%	3%
Soul funk-R&B	3%	0,9%	0,3%	0.5%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%
Bandes Originales de Films	2,2%	1,7%	1,8%	2.9%	1.8%	2.1%	1.6%	1.2%
Autres	8,2%	6%	4,3%	5.6%	5.6%	4.7%	4.6%	5.5%

Entre 2003 et 2008

- **le marché des albums a perdu 31.3 % de ses volumes.**
- **les 200 meilleures ventes d'albums ont représenté 30 % du marché en 2008 contre 33% en 2003.**

◆ LES VENTES DE TITRES ET D'ALBUMS EN TELECHARGEMENT SUR INTERNET (hors mobile)

+ 44.3 % en valeur et + 48.6 % en volume

Information méthodologique :
Depuis juin 2005, IFOP collecte auprès des plateformes de téléchargement légal (I-tunes, E-compil, Virgin Méga, Fnacmusic, Starzik, Nokia, Orange, SFR, 7 Digital et Universal Mobile) les chiffres de vente de la musique en ligne.

En 2008, 55.6 millions de titres ont été achetés sur les plateformes de téléchargement légal dont 19.6 millions de titres à l'unité et 2.4 millions d'albums téléchargés dans leur totalité. C'est 48.6 % de plus qu'en 2007.

En valeur, le marché TTC du téléchargement légal a représenté 42.1 millions d'euros soit une progression de 44.3 % par rapport à 2007.

	Volume (millions d'unités)					Valeur (millions d'euros)				
	2005	2006	2007	2008	évolution	2005	2006	2007	2008	évolution
Titres vendus à l'unité	8.4	11.5	13,4	**19.6**	**+46.2%**	8.6	11.8	13.7	**19.8**	**+44.5 %**
Albums vendus dans leur totalité	0.7*	1.1*	1.6*	**2.4**	**+50%**	7.1	10.9	15.5	**22.3**	**+43.9%**
TOTAL	18.6 millions de titres*	28 millions de titres*	37,4 millions de titres*	**55.6 millions de titres ***	**+48.6 %**	15.7 millions d'euros	22.7 millions d'euros	29.2 millions d'euros	**42.1 millions d'euros**	**+44.3%**

** équivalent de 15 titres pour un album.*

ZOOM SUR LA SITUATION MONDIALE

2008 : les ventes de musique numériques progressent et l'industrie musicale change ses business models.
Mais le développement du marché numérique légal reste entravé par les pratiques illicites de téléchargement.

Environ 10 milliards de fichiers musicaux sont illégalement échangés. Chaque année, le ratio entre le nombre de fichiers illégaux et le nombre de titres légaux est de 20 pour 1.

- **A l'échelle mondiale, les ventes de musique numérique ont connu en 2008 une 6ème année de progression, avec une hausse estimée à 25% pour un montant de 3,7 milliards $ (marché de détail).**

Le poids des ventes numériques dans le marché mondial représente près d'un quart du chiffre d'affaires de la musique enregistrée (15 % en 2007 et 5,5 % en 2005).

- **La musique enregistre à elle seule une part plus importante de ses revenus issus des ventes numériques que les secteurs de la presse, des magazines et du film réunis.**

- **Il existe aujourd'hui plus de 500 services de musique numérique dans le monde, proposant plus de 10 millions de titres.**

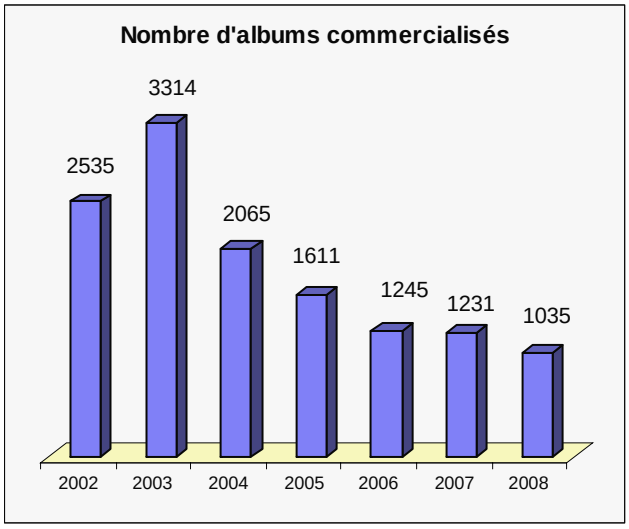
En savoir plus : Consulter le Digital Music Report 2009 de l'Ifpi

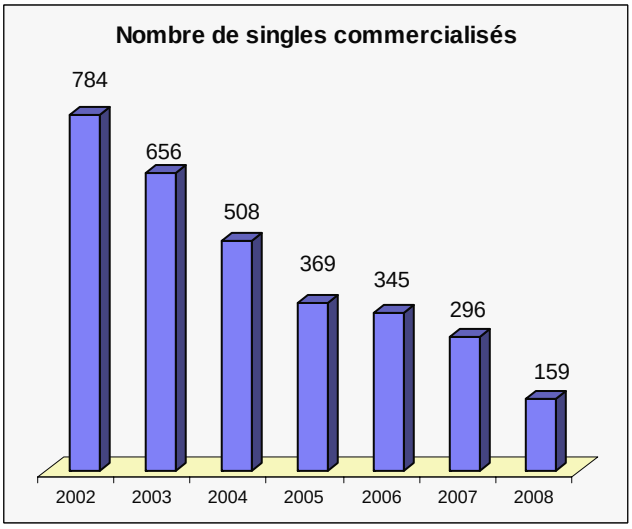
http://www.ifpi.org/content/section_resources/dmr2009.html

LES TABLEAUX DE BORD DE LA PRODUCTION
ANNEE 2008

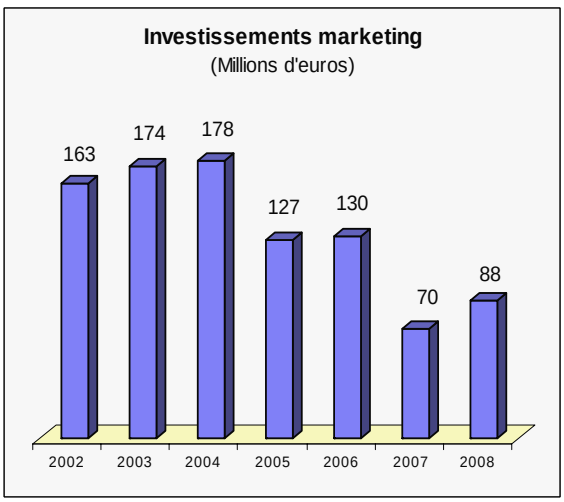
Ces chiffres proviennent des sociétés suivantes : EMI Music France, SONY Music Entertainment, UNIVERSAL Music France et WARNER Music France.

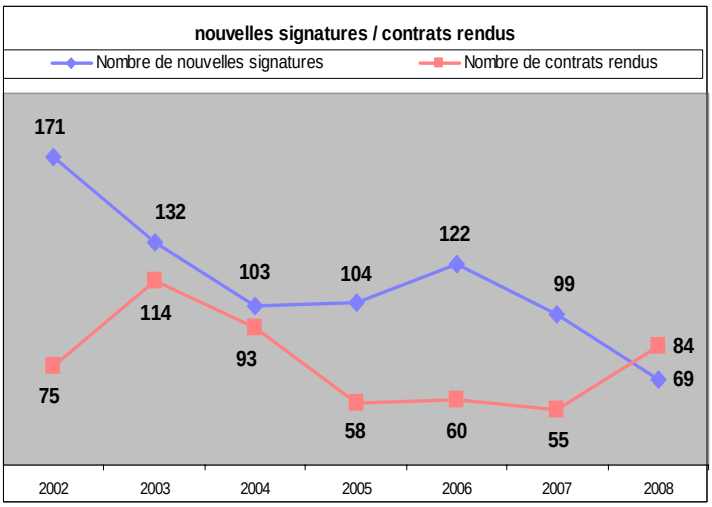
- **Le nombre d'albums commercialisés chute de 16 % : 1 035 albums commercialisés en 2008 contre 1231 en 2007 et 1 245 en 2006.**
  - **albums francophones : -33%** (199 en 2008 contre 295 en 2007, 406 en 2006 et 407 en 2005)
  - **albums internationaux : -12 %** (473 en 2008 contre 537 en 2007, 513 en 2006 et 857 en 2005)
  - **compilations/best of : -9 %** (363 en 2008 contre 399 en 2007, 326 en 2006 et 347 en 2005)
- **Le nombre de singles commercialisés chute de 46 %** dont -43 % pour les singles francophones et -49 % pour les singles internationaux.





- **Les nouvelles signatures d'artistes baissent de 30 %** : 69 nouveaux contrats en 2008 contre 99 nouveaux contrats en 2007 contre 122 en 2006. Le solde global (contrats « rendus » versus nouveaux contrats) est négatif pour la première fois depuis 2002 : 69 nouveaux contrats pour 84 contrats rendus soit un déficit de 15 nouveaux artistes.
- **Les investissements marketing progressent de 27 % par rapport à 2007** : 88.3 millions d'euros en 2008 contre 69.7 M€ en 2007, 129.6 M€ en 2006 et 127 M€ en 2005. Mais ce montant reste inférieur de 46 % à celui constaté avant la crise en 2002.





LES CLASSEMENTS DES MEILLEURES VENTES
REALISES PAR IFOP

●LES VENTES EN MAGASINS

➔**Meilleures ventes de singles en 2008**
Enrique IGLESIAS et NADIYA
« Tired of being sorry »
Polydor/Universal Music France

➔**Meilleures ventes d'albums en 2008**
Francis CABREL
« Des roses et des orties »
Columbia/Sony Music Entertainment

➔**Meilleures vente d'album classique en 2008**
Roberto ALAGNA
« Sicilien »
Deutsche Grammophon/Universal Music France

➔**Meilleures ventes de compilations en 2008**
ZAZIE
« Zest of Zazie"
Mercury/Universal Music France

➔**Meilleures ventes de vidéomusicales en 2008**
Les Enfoirés
« Les secrets des Enfoirés »
Restos du Cœur/Sony Music Entertainment

➔**Meilleure vente d'album jazz en 2008**
Stacey KENT
« Breakfast on the morning tram »
Capitol Music/EMI

●LES VENTES EN TELECHARGEMENT

➔**Titre le plus téléchargé en 2008**
GREGOIRE
« Toi et moi »
My Major Company/Warner Music

➔**Album le plus téléchargé en 2008**
COLDPLAY
« Viva la vida or dath and all his friends"
Capitol Music/EMI

●LES CHIFFRES CLES DU CLASSEMENT DES MEILLEURES VENTES

Classement des meilleures ventes	SINGLES						ALBUMS					
	En téléchargement			En magasins			En téléchargement			En magasins		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Titres francophones en %	48%	50%	34%	62%	50%	48%	30%	54%	48%	57%	61.5%	60%
Dont Titres de nouveaux talents en %	20%	60%	70%	27%	33%	58%	14%	20%	33%	31%	36.6%	27%

En 2008, sur les 10 meilleures ventes de singles 5 sont francophones (9 en 2007, 10 en 2006 et 8 en 2005). Il s'agit de **William Baldé, Sheryfa Luna, Laurent Wolf, Fatal Bazooka** et **Magic System**.

En 2008, sur les 10 meilleures ventes d'albums, 5 sont francophones (8 en 2007, 10 en 2006, 8 en 2005). Il s'agit de : **Francis Cabrel, Christophe Maé** (avec 2 albums)**, Les Enfoirés et Johnny Hallyday.**

LES CERTIFICATIONS DE L'ANNEE 2008

La crise actuelle de la musique enregistrée se reflète dans les certifications : de moins en moins nombreuses, les certifications marquent aussi des niveaux de ventes plus faibles.

En **mai 2005**, le SNEP a modifié les seuils des certifications **SINGLES** afin de mieux tenir compte des récentes évolutions du marché Les nouveaux seuils sont les suivants :		En **juin 2006**, le SNEP a modifié les seuils des certifications **ALBUMS** afin de mieux tenir compte des récentes évolutions du marché. Les nouveaux seuils sont les suivants :	
SINGLE ARGENT	**100 000 exemplaires**	ALBUM ARGENT	à partir de 35 000 exemplaires
SINGLE OR	**200 000 exemplaires**	ALBUM OR	75 000 exemplaires
SINGLE PLATINE	**300 000 exemplaires**	ALBUM PLATINE	200 000 exemplaires
SINGLE DIAMANT	**500 000 exemplaires**	ALBUM DOUBLE PLATINE	400 000 exemplaires
		ALBUM TRIPLE PLATINE	600 000 exemplaires
		ALBUM DIAMANT	750 000 exemplaires

◆ Nombre de singles certifiés -65 %

En 2008, le SNEP a certifié 6 singles contre 17 en 2007, 37 en 2006, 53 en 2005, 42 en 2004, 67 en 2003, 83 en 2002, et 91 en 2001. Parmi ces 6 singles, 4 appartiennent au répertoire francophone et 3 sont des singles de nouveaux talents.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de singles certifiés	91	83	67	42	53	37	**17**	**6**
Dont artistes francophones	40 44%	45 54%	37 55%	23 55%	33 62%	27 (73%)	**11** (65%)	**4** (67%)
Dont nouveaux talents francophones	27 25 %	32 38 %	22 33 %	10 24 %	24 45%	11 (30%)	**7** (41%)	**3** (50%)

La répartition de ces 6 singles certifiés entre les différents seuils est la suivante :

	Année 2008
ARGENT *(plus de 100 000 exemplaires vendus)*	**5**
OR *(plus de 200 000 exemplaires vendus)*	**1**

◆ Nombre d'albums certifiés -19 %

En 2008, le SNEP a certifié 112 albums contre 138 en 2007, 191 en 2006, 172 en 2005, 157 albums en 2004, 188 en 2003, et 202 en 2002. Parmi ces 111 albums, 66 sont francophones dont 17 nouveaux talents.
Le répertoire francophone représente donc 59 % des distinctions albums.
Le nombre de nouveaux talents baisse avec 17 distinctions (contre 23 en 2007, 28 en 2006, 29 en 2005, 25 en 2004, 26 en 2003 et 32 en 2002).

Années	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre d'albums certifiés	199	202	188	157	172	191	**138**	112
dont artistes francophones	94 (47%)	95 (47%)	92 (49%)	79 (50%)	85 (49%)	116 (61%)	**69** (50 %)	66 (59%)
dont nouveaux talents	23 (11%)	32 (16%)	26 (14%)	25 (16%)	29 (17%)	28 (15%)	**23** (16%)	17 (15%)

Grâce aux distinctions 2008, trois artistes ont obtenu un deuxième disque d'or devenant ainsi des talents confirmés : Christophe Maé, Pauline et Vox Angeli.

Par ailleurs, 11 artistes ont reçu cette année une première distinction : BB Brunes, Julien Doré, Louisy Joseph, Marc Antoine, Psy 4 de la Rime, Quentin Mosmann, Soha, Stanislas, Tunisiano, Yelle et Zaho.

(Rappel : les seuils ont baissé depuis juin 2006)

Années	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ARGENT *(+ de 35 000 exemplaires vendus)*	7 %	5 %	7 %	6 %	6 %	7%	6%	**12%**
OR *(+ de 75 000 exemplaires vendus)*	51 %	48 %	38 %	52 %	48 %	56%	63 %	**50%**
PLATINE *(+ de 200 000 exemplaires vendus)*	12 %	22 %	18 %	9 %	15 %	22%	20 %	**24%**
DOUBLE PLATINE *(+ de 400 000 exemplaires vendus)*	9 %	5 %	6 %	6 %	5 %	9%	3 %	**10%**
TRIPLE PLATINE *(+ de 600 000 exemplaires vendus)*	1 %	0 %	2 %	1%	-	3%	3 %	**2%**
DIAMANT *(+ de 750 000 d'exemplaires vendus)*	3 %	5 %	2 %	4 %	2 %	3%	5%	**2%**

Cette année, 1 seul album a dépassé les 750 000 ventes (diamant et plus) depuis sa sortie : **Francis Cabrel (des Roses et des Orties)**.

◆ Nombre de vidéomusiques certifiées -44 %.

31 vidéomusiques ont été certifiées en 2008 contre 55 en 2007**,** 81 en 2006, 102 en 2005, 74 en 2004.

Années	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Nombre de certifications de vidéomusiques	43	36	73	74	102	81	**55**	**31**

La liste des talents confirmés est disponible sur le site du CSA : csa.fr

LES CHIFFRES CLES DE LA RADIO EN 2008

Bilan réalisé par YACAST

Ce bilan a été réalisé par Yacast sur la base de 36 radios avec l'insertion de NOVA dans le panel. Ainsi, les chiffres 2007 ont été recalculés de manière à pouvoir effectuer des comparaisons à périmètres constants. Ceci explique donc les différences qui apparaissent sur les chiffres 2007, entre ceux de ce document et ceux publiés en 2008.

● Numéro 1 du classement général de l'année 2008

Estelle « American Boy » (Wea/Warner)

17.991 diffusions / 1,2 milliard de contacts*

* audience accumulée sur la période basée sur les enquêtes Médiamétrie (126.000 Nationale, IDF et Médialocales)

● Artiste le plus diffusé

Rihanna (Barclay/Universal)

● Nombre total de diffusions musicales

3.786 163

(contre 3 681 866 en 2007)

● Part des diffusions francophones sur l'ensemble des diffusions

(24h/24h) : diffusions : 34.1% / audience* : 44.4 %

Rappel 2007 : diffusions : 34.6 % / audience : 44.7 %

* diffusions pondérées par l'audience par quarts d'heure. Source Médiamétrie (126.000 + Médialocales)

● Part des diffusions de nouveautés (titres de moins de 12 mois)

(24h/24h) **: 41.8 %** contre 48.5 % en 2007, 50.9 % en 2006, 46.6% en 2005, 48,5 % en 2004

● Rotation moyenne hebdomadaire par titre (24h/24h)

- International : 4.0 diffusions

(4.7 en 2007, 4.8 en 2006, 4.4 en 2005, 4.5 en 2004)

- Francophone : 5.8 diffusions

(6.3 en 2007 et 2006, 6.6 en 2005 et 2004

● Part des diffusions francophones parmi les 100 plus fortes rotations : 38 %

(42% en 2007, 40% en 2006, 32% en 2005, 44% en 2004)

● Nombre de nouveaux talents francophones classés

parmi les 100 plus fortes rotations : 27 singles

(31 en 2007, 40 en 2006, 32 en 2005 et 44 en 2004)

● Radio la plus éclectique : FIP

26 402 titres différents en 2008

(FIP en 2007, 2006 et 2005 avec respectivement 24 525 titres, 23 520 titres et 22 064 titres)

● Radio la plus francophone **:** France Bleu

60.3 % des diffusions

(France Bleu en 2007 avec 59.3%, MFM en 2006 et 2005 avec 60.8% et 62,5% des diffusions, France Bleu en 2004 avec 65% des diffusions).

● Radio la plus « nouveautés » : Contact Fm

89.9 % des diffusions

(Contact FM en 2007 avec 90.5%, Champagne FM en 2006 et 2005 avec 88% et 94% des diffusions, NRJ en 2004 avec 88% des diffusions)

L'ANNEE 2008 EN RADIO

- **La part des titres francophones en radio représente 34.1 % des diffusions, soit une chute de 3 points par rapport à 2003.**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Part des diffusions francophones (24h/24h)	38%	36%	36%	34.6%	34.1%

La présence francophone au sein des plus fortes rotations baisse sensiblement. Cette baisse est accompagnée de celle des nouveaux talents.

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Part des titres francophones dans les 100 plus fortes rotations	44%	32%	40%	42%	38 %
Part des nouveaux talents francophones dans les 100 plus fortes rotations	33%	18%	25%	31%	27%

- **La part des diffusions consacrées aux nouveautés est en forte baisse : -6.7 points par rapport à 2007 et -10.2 points par rapport à 2003.**

Années	2004	2005	2006	2007	2008
Part des nouveautés* dans les diffusions	48.5%	46.6%	50.9%	48.5%	41.8%

*titre sorti au cours des 12 derniers mois

- **Le nombre de titres différents diffusés est stable (+0.2 %) mais on constate une forte baisse sur les nouveautés (-6.8%) et sur les nouveautés francophones (-5.8 %).**

En 2008, 72 848 titres différents ont été programmés, chiffre proche de celui de l'année 2007 (72 702 titres).

Ces 72 848 titres comportent :

- 30 471 nouveautés, en baisse de 6.8 % par rapport à 2007,
- 7 521 nouveautés francophones, en baisse de 5.8 % par rapport à 2007.

- **Le nombre d'entrées en programmation progresse de 2.1 %.**

3 106 titres sont entrés en programmation cette année soit 64 titres de plus qu'en 2007 : forte progression du répertoire international au dépends du répertoire francophone.

	2007	2008	Evolution
Nombre de titres entrés en programmation	3 042	3 106	+2.1 %
Dont francophones	948	**930**	-2%
Dont internationaux	1 797	**1 878**	+4.5 %
Dont instrumentaux	296	**298**	+0.7 %

LA DIFFUSION DES VIDEOMUSIQUES A LA TÉLÉVISION EN 2008

REALISE PAR YACAST

● Nombre total de diffusions de vidéo-clips de l'année 2008

1 375 353 diffusions

(1 372 607 diffusions en 2007)

● Part des diffusions francophones

(24h/24h) : 40.4 %

(43% en 2007, 44% en 2006, 41 % en 2005 et 2004, 38 % en 2003)

● Rotation moyenne hebdomadaire des clips (24h/24h)

- International : 5.2 diffusions

(5.3 diffusions en 2007, 5.4 diffusions en 2006, 4.5 diffusions en 2005, 4.4 diffusions en 2004 et 3.6 en 2003)

- Francophone : 6.8 diffusions

(6.4 diffusions en 2007,6.8 diffusions en 2006, 5.4 diffusions en 2005, 6.1 diffusions en 2004 et 5.9 en 2003)

● Numéro 1 du classement général télévision de l'année 2008

Julien Doré "Les limites" (Jive Epic/Sony Bmg)

7 951 diffusions

● Artiste le plus diffusé

Rihanna (Barclay/Universal)

18 568 diffusions / 26 clips différents

● Une diversité plus marquée

- 13 973 clips différents (+13%)
- 5 233 artistes différents (+5.8%)
- 1 184 entrées en play list (+11.8 %)

Point de vue

Quand l'UFC-Que Choisir analyse à coups de serpe les enjeux de l'industrie musicale …

Dans un billet récent publié sur son site Internet, l'UFC-Que Choisir nous explique que la crise que traverse depuis plus de six ans l'industrie musicale n'est qu'un leurre et un juste retour des choses puisque cette dernière ne nuirait qu'aux intérêts économiques des majors qui, selon cette association, auraient organisé depuis des années la spoliation des droits de leurs artistes.

Attardons-nous sur leurs arguments pour soutenir une telle position :

• Tout d'abord, l'UFC-Que Choisir soutient que cette crise n'est pas réelle étant donné que *« les sommes collectées par la SACEM ont fortement progressé entre 2000 et 2005 passant de moins de 600 millions à près de 750 millions d'euros* ».

En utilisant comme point de référence les perceptions de la SACEM, cette association de consommateurs procède à une confusion manifeste entre les principaux acteurs de la filière musicale c'est-à-dire :

- d'une part, les auteurs-compositeurs et éditeurs de musique représentés par cette société de gestion collective

et

- d'autre part, les producteurs phonographiques et les artistes-interprètes dont les droits ne sont pas gérés par la SACEM mais font principalement l'objet d'une gestion individuelle.

Dans ces conditions, le point de référence choisi par UFC-Que Choisir n'est pas pertinent puisque la crise frappe principalement les artistes et les producteurs dont les ressources dépendent en grande partie de la vente de musique enregistrée.

• Leur second argument consiste à prétendre que le piratage sur Internet ne nuirait qu'à certains artistes privilégiés : « *seuls 5 % des artistes gagneraient de l'argent grâce aux maisons de disques* ».

Alors, pourquoi défendre les intérêts de ces quelques nantis, nous suggère l'UFC-Que Choisir ?

Outre le fait qu'ils procèdent à la même erreur d'analyse en n'utilisant comme élément de référence que les sommes perçues par les membres de la SACEM, cette assertion est fausse.

En effet, pour la première fois en 2008 les majors du disque ont signé moins de contrats en France avec de nouveaux artistes qu'elles en ont rompus ou non-renouvelés.

Le solde de cet indicateur qui reflète la réalité de la situation des artistes était positif en 2002 (+96).

Il est désormais négatif puisque pour 60 nouveaux artistes signés l'année dernière, 84 contrats ont été rendus par les quatre majors.

Rien d'étonnant à ce qu'un secteur qui encore a perdu 15 % de son chiffre d'affaires en 2008 et dont l'activité a été divisé par deux en cinq ans finisse par réduire ses investissements.

Ce ne sont pas les artistes « vedettes » qui souffrent de la crise mais bien les artistes en développement de carrière qui sont les principales victimes de cette récession.

Conscient du fait que cette démonstration est des plus contestable, l'UFC-Que Choisir fait de la surenchère en affirmant de manière péremptoire que les artistes et les auteurs-compositeurs seraient les grands oubliés dans le cadre de la vente de leurs disques puisque, selon cette organisation, ils ne toucheraient qu'une part infime des revenus issus de ce mode d'exploitation.

Là encore, on assiste à une analyse grossière des rapports contractuels et financiers entre les différents acteurs de l'industrie musicale.

La rémunération des auteurs-compositeurs ne se confond pas avec celle des artistes-interprètes et cette dernière, pour être évaluée de la manière la plus juste, doit prendre en considération non seulement les royalties qui sont versées par les maisons de disques mais aussi les avances consenties par ces dernières aux artistes.

Il est par ailleurs mensonger d'affirmer que dans le cadre des contrats d'artistes, les producteurs « *soustraient de ces royalties le coût d'enregistrement de l'album, de la promotion et de la réalisation des vidéoclips* ».

Enfin, l'UFC-Que Choisir prétend que le prix du disque serait trop cher et que celui-ci n'aurait jamais baissé depuis la fin des années 80.

Cette affirmation est en totale contradiction avec la réalité : le prix moyen TTC d'un album a baissé en 2008 de 16 % par rapport à 2003.

Par ailleurs, confondre la marge brute et la marge nette des producteurs sur les ventes de disques témoigne de l'absence totale de rigueur dans l'analyse développée par l'UFC-Que Choisir.

L'UFC-Que Choisir omet également de signaler que ces mêmes albums sont disponibles sur des plateformes de téléchargement à un prix de détail TTC qui ne dépasse pas les 10 euros.

Les ficelles utilisées par l'UFC-Que Choisir pour démontrer que tout va bien dans le meilleur des mondes sont donc cousues de fils blancs.

Rien d'étonnant à cela pour une organisation qui a, pendant des années, prétendu qu'il existait un « droit à copie privée » pour le consommateur et qui vient d'être déboutée à deux reprises par la Cour de cassation sur cette question.

Du grand n'importe quoi pour une association censée défendre les intérêts des consommateurs et qui, en réalité, ne représente qu'elle-même par le biais de propos infondés et caricaturaux.

David EL SAYEGH
Directeur des Affaires Juridiques
& des Nouvelles Technologies

snep
profession producteur